



Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana
Jl. Diponegoro 52-60 SALATIGA 50711 - Telp. 0298-321212 ext 354
email: jurnal.agric@adm.uksw.edu, website: ejournal.uksw.edu/agric

Terakreditasi Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi berdasarkan SK No 21/E/KPT/2018

**PERUMUSAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DALAM
UPAYA PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK PERTANIAN LOKAL
(STUDI KASUS DI KABUPATEN SUKOHARJO)**

***FORMULATION OF THE STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF SMALL MICRO
BUSINESS IN THE EFFORTS TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF LOCAL
AGRICULTURE PRODUCTS (CASE STUDY IN SUKOHARJO DISTRICT)***

Irma Wardani dan Umi Nur Solikah

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Batik Surakarta
E-mail: Wardaniirma6@gmail.com

Diterima: 19 November 2018, disetujui: 30 Juli 2019

ABSTRACT

The micro-small scale of the agricultural sector in Sukoharjo Regency is the most dominant sector in the community, therefore it is necessary to review micro-small businesses that are prioritized to be developed. This study aims to formulate alternative development strategies in small micro enterprises in increasing the competitiveness of local products.

The data analysis technique used is the Analytical Hierarchy Process (AHP) method, Weaknesses Strength Opportunities Threats (SWOT) and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). UKM herbal medicine is a priority for SMEs developed in Sukoharjo Regency. The product development strategy is the choice strategy for micro-small herbal medicine in Sukoharjo Regency. Constraints in developing new products, including the facilities to develop herbal products, the discovery of new recipes / the best formulations for herbal medicine, and human resources. Therefore, assistance and attention is needed from the government and stakeholders to support the development of small-scale herbal medicine products in Sukoharjo Regency.

Keywords: UKM, Strategy development, develop herbal product

ABSTRAK

Skala mikro-kecil *sektor* pertanian di Kabupaten Sukoharjo merupakan sektor yang paling dominan di masyarakat, oleh karena itu perlu ditinjau ulang usaha mikro-kecil yang diprioritaskan untuk dikembangkan. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan alternatif di usaha mikro kecil dalam meningkatkan daya saing produk lokal.

Teknik analisis data yang digunakan adalah metode *Analitycal Hierarchy Process* (AHP), *Strengths Weaknesses Opportunities Threats* (SWOT) dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). UKM jamu menjadi prioritas ukm yang dikembangkan di Kabupaten Sukoharjo. Strategi pengembangan produk menjadi strategi pilihan UKM jamu di Kabupaten Sukoharjo. Kendala dalam mengembangkan produk baru, diantaranya yaitu fasilitas untuk mengembangkan produk jamu, penemuan resep baru/formulasi terbaik untuk jamu, serta sumber daya manusia. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan dan perhatian dari pemerintah serta stekholder untuk mendukung pengembangan produk usaha mikro kecil jamu di Kabupaten Sukoharjo

Kata Kunci : UKM, perumusan strategi, pengembangan produk jamu

PENDAHULUAN

Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan penting sebagai motor penggerak roda perekonomian. UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil pembangunan. UMKM juga telah terbukti tidak berpengaruh terhadap krisis (Bank Indonesia, 2015). UKM menjadi tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan untuk mengurangi permasalahan kemiskinan dan pengembangan mampu memperluas basis ekonomi serta memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional (Setyanto, 2015)

Perluasan pembangunan di sektor non pertanian membuka kesempatan berkembangnya industri kecil dan industri rumah tangga serta memberikan kesempatan berusaha yang lebih besar pada pengusaha kecil golongan ekonomi lemah untuk memperluas usahanya serta dapat menciptakan pemerataan kerja dan berusaha bagi segenap lapisan masyarakat. Pengembangan industri kecil yang sudah banyak di

lingkungan masyarakat diharapkan juga akan dapat meningkatkan nilai tambah dari hasil pertanian. Hasilnya dapat dipasarkan di dalam negeri maupun di ekspor (Samul Taru, 2017)

Peran usaha mikro, kecil dalam perekonomian Indonesia paling tidak dapat dilihat dari: (1) kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor, (2) penyedia lapangan kerja yang terbesar, (3) pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi, (5) sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor masyarakat sehingga mengurangi tingkat kemiskinan dan lain-lain (Tedjasuksmana, 2014) .

Keberadaan usaha kecil merupakan konsekuensi logis upaya transformasi social, ekonomi dan politik dari sistem perekonomian yang mengandalkan pada sector pertanian menuju pada basis ekonomi non pertanian (Wuryandani dan Hilma, 2013).

Kabupaten Sukoharjo dengan Pelaku usaha mikro kecil menengah (UKM) di wilayah

Sukoharjo mencapai 11.700, tersebar di 12 Kecamatan (Dinas Koperasi, Perdagangan, UKM, 2017). Dari jumlah UKM tersebut Kabupaten Sukoharjo terbagi beberapa kluster yang menjadi unggulan di Kabupaten Sukoharjo yaitu UKM jamu, UKM rotan, UKM makanan olahan, UKM gitar, UKM grafiti, UKM jamur, UKM mebel, UKM sarung goyor, UKM batik. Jumlah pelaku usaha mikro kecil di Kabupaten Sukoharjo terus mengalami peningkatan, berdasarkan data Dinas Koperasi, Perdagangan, UKM, pelaku UKM pada Tahun 2018 telah mencapai 19.804 unit yang 63% merupakan usaha kecil mikro yang banyak digerakan oleh masyarakat dari berbagai sektor.

Oleh karena itu, agar UMKM di Kabupaten Sukoharjo dapat berkembang terutama industri mikro-kecil maka diperlukan pemilihan prioritas skala industri mikro kecil menengah dan perumusan strategi pengembangan dari faktor internal dan eksternal yang dimiliki industri kecil, sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan hasil pertanian.

Dari uraian di atas permasalahan yang dibahas dalam penelitian sebagai berikut :

1. Usaha mikro kecil apa yang diprioritaskan untuk dikembangkan di Kabupaten Sukoharjo?
2. Bagaimana identifikasi faktor internal dan faktor eksternal pada usaha mikro kecil prioritas?
3. Strategi pengembangan apa yang digunakan yang diterapkan pada usaha mikro kecil prioritas?

Hipotesis dari penelitian ini yaitu perumusan strategi pengembangan yang dipilih sesuai dengan kondisi usaha mikro kecil prioritas.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan prioritas usaha skala mikro-kecil

serta merumuskan alternatif strategi yang diterapkan usaha skala mikro-kecil. Hal ini secara otomatis dapat mengembangkan usaha skala mikro-kecil sektor pertanian sehingga mampu meningkatkan hasil-hasil pertanian di Kabupaten Sukoharjo.

METODE PENELITIAN

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengambilan data primer dilakukan dengan cara *purposive sampling* yaitu dengan wawancara berupa data dan informasi atau kuisioner. Metode pengumpulan Data primer yang diambil menurut tahapan penelitian.

- a. Penentuan Tujuan dan Fokus serta UKM yaitu :
 1. Kabid Pemberdayaan UMKM Dinas Perdagangan, Koperasi, UKM
 2. Subbid Perdagangan Dinas Perdagangan, Koperasi, UKM
 3. Subbid Kewirausahaan Dinas Perdagangan, Koperasi, UKM
 4. Bappeda Subbid pertanian,
 5. Bappeda Subbid Perdagangan dan Koperasi,
 6. Bappeda Subbid pengembangan dunia usaha
 7. Dinas Pertanian dan Perikanan
- b. Penentuan Strategi Pengembangan SWOT yaitu ketua KOJAI Sukoharjo dan 10 *key informan* dari pelaku usaha
- c. Penentuan bobot ketertarikan alternatif strategi adalah para pelaku UKM

2. Teknik Analisis Data

Dalam perumusan strategi pengembangan usaha mikro kecil penentuan usaha kecil prioritas dari hasil analisis hirarki (AHP), kemudian untuk menentukan alternatif-alternatif

strategi mikro kecil diperoleh dari analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*) selanjutnya merumuskan strategi pengembangan matriks alternatif strategi (ketertarikan) yaitu matrik QSPM.

3. Tahapan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahapan, melakukan survei dan mengidentifikasi informasi usaha mikro kecil di Kabupaten Sukoharjo, selanjutnya diolah menggunakan metode AHP untuk menentukan usaha mikro kecil prioritas, selanjutnya mengidentifikasi faktor internal dan eksternal usaha kecil prioritas dengan metode SWOT dan QSPM untuk menentukan alternatif strategi pada pelaku usaha mikro kecil di Kabupaten Sukoharjo.

A. Penentuan Prioritas AHP

Prosedur dari AHP sebagai berikut:

1. Menyusun hierarki

Sebelum menyusun hierarki dari permasalahan yang dihadapi, terlebih dahulu harus mendefinisikan masalah dan menentukan solusi yang diinginkan

2. Menentukan Prioritas

Langkah pertama dalam menentukan prioritas elemen adalah membuat perbandingan berpasangan, yaitu membandingkan elemen secara berpasangan sesuai dengan kriteria yang diberikan. Matriks perbandingan berpasangan diisi dengan menggunakan bilangan untuk mempresentasikan kepentingan relatif dari suatu elemen terhadap elemen lainnya.

a. Mensintesis

- Menjumlahkan nilai-nilai dari setiap kolom pada matriks
- Membagi setiap nilai dari kolom dengan total kolom yang bersangkutan,

selanjutnya menjumlahkan nilai-nilai dari setiap baris dan membaginya dengan jumlah elemen untuk mendapatkan nilai rata-rata

b. Mengukur konsistensi

Dalam pembuatan keputusan, penting untuk mengetahui seberapa baik konsistensi yang ada karena kita menginginkan keputusan berdasarkan pertimbangan dengan konsistensi yang rendah Tahapan ini antara lain:

- Mengalikan setiap nilai pada kolom dengan prioritas relatif elemen
- Membagi hasil dari penjumlahan baris dengan elemen relatif yang bersangkutan, selanjutnya menentukan λ maks

c. Menghitung *consistency index* (CI) dengan menggunakan rumus:

$$CI = \frac{\lambda_{maks} - n}{n - 1}$$

Keterangan: n = banyaknya elemen

d. Menghitung *consistency ratio* (CR) dengan rumus:

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

CR= *Consistency Ratio*

IR= *Index Random Consistency*

CI= *Consistency Index*

B. Penentuan Perumusan Strategi Pengembangan Menggunakan Metode SWOT dan QSPM

1. Tahap input, yaitu identifikasi faktor eksternal dan internal.
2. Tahap pencocokan (Matriks SWOT)
Pada tahap ini dilakukan pencocokan antara SO, ST, WO dan WT untuk menentukan alternatif strategi

3. Tahap keputusan (matriks QSPM).

Tahap ini bertujuan untuk mengambil keputusan strategi mana yang terbaik untuk dilaksanakan diantara pilihan strategi alternatif. Tahap ini menggunakan matriks QSPM yang menggunakan input dari tahap pertama dan pencocokan pada tahap kedua.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Sukoharjo menyimpan banyak potensi yang dapat dikembangkan khususnya bidang industri dan perdagangan yaitu merupakan pusat dan sentra olahan industri dan kerajinan yang menjadi unggulan daerah. Semakin mampu menggali potensi perekonomian daerah yang dimiliki akan meningkatkan jumlah investasi, yang akhirnya menciptakan lapangan usaha dan pendapatan masyarakat. Kabupaten Sukoharjo selalu mengalami peningkatan jumlah usaha mikro kecil menengah tiap tahunnya.

Tabel 1 Jumlah UMKM di Kabupaten Sukoharjo 2015-2017

Uraian	2015	2016
Usaha Mikro (unit)	5.510	5.566
Usaha Kecil (unit)	4.460	4.465
Usaha Menengah (unit)	1.155	1.156

Sumber: Data primer, 2018

Dalam menentukan prioritas usaha mikro kecil sektor pertanian melalui metode AHP, langkah pertama pemilihan usaha mikro kecil berdasarkan penentuan tujuan. Fokus dalam metode AHP yaitu:

1. Nilai produk
2. Pembangunan ekonomi daerah
3. Permintaan produk

Sedangkan tujuan dalam menentukan usaha mikro kecil yaitu:

1. Diversifikasi produk
2. Keunikan produk
3. Daya saing produk

1. Penentuan UKM Prioritas Berdasarkan Tujuan

Nilai produk mempunyai nilai tertinggi yaitu 0,5149. Sedangkan CR mempunyai nilai 0,02919 (dibawah 0,10) hal ini menunjukkan bahwa hasilnya konsisten. Nilai produk dalam usaha mikro kecil merupakan factor penting dalam menghadapi persaingan di pasar global. Hal ini disebabkan karena produk yang mempunyai nilai produk tinggi akan mampu bertahan dalam persaingan. Untuk mendapatkan Nilai produk yang tinggi usaha mikro kecil dapat tercermin dari peningkatan kualitas, sumberdaya, teknologi.

2. Penentuan Usaha Mikro Kecil Prioritas dengan Tujuan Nilai Produk

Penentuan usaha mikro kecil ditinjau dari aspek nilai produk, faktor yang dominan adalah faktor keunikan produk sebesar 0,415 dengan nilai konsistensi (-0,24497). Hal ini dikarenakan suatu produk apabila memiliki keunikan akan memberikan nilai tersendiri bagi produk tersebut sehingga mampu meningkatkan nilai suatu produk.

3. Penentuan Usaha Mikro Kecil Prioritas dengan Tujuan Ekonomi Daerah

Pada penentuan usaha mikro kecil menengah dilihat dari faktor tujuan ekonomi daerah, yang paling dominan adalah diversifikasi produk yaitu 0,46524. Hal ini dikarenakan dengan meningkatnya daya saing suatu produk maka akan memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Sukoharjo dan mampu bertahan dalam persaingan global. Nilai konsistensi di bawah 0,10 yaitu (-0,71340) sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam pemilihan usaha mikro kecil.

4. Penentuan Usaha Mikro Kecil Prioritas dengan Tujuan Permintaan Produk

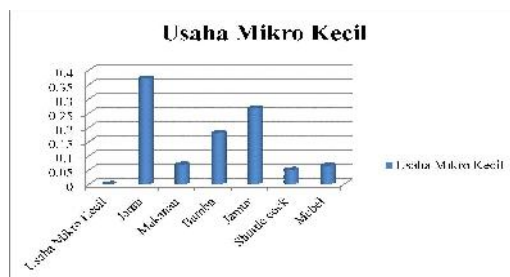
Dalam penentuan usaha mikro kecil ditinjau dari segi permintaan produk, faktor yang paling dominan adalah diversifikasi produk sebesar 0,37094. Hal ini disebabkan, suatu pelaku usaha mikro kecil, perlu melakukan diversifikasi produk untuk memenuhi permintaan pasar dan kebutuhan konsumen. Suatu produk yang mempunyai diversifikasi apabila melihat peluang pasar yang disasar dan disesuaikan dengan permintaan pasar. Dengan adanya diversifikasi produk, maka usaha mikro kecil memiliki banyak variasi produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Tabel 2 Nilai Prioritas UKM

Usaha Mikro Kecil	Nilai Prioritas	Rangking
Jamu	0,37124	1
Makanan	0,06833	4
Bambu	0,17985	3
Jamur	0,26622	2
Shuttle cock	0,04984	6
Mebel	0,06452	5

Sumber: Analisis data primer, 2018

Usaha mikro kecil jamu tradisional berada di peringkat 1 sebesar 0,37124. Selanjutnya nilai prioritas usaha mikro kecil lain, yaitu jamur (0,26622), kerajinan bambu (0,17985), makanan (0,06833), mebel (0,06452), shuttle cock (0,04984). Berdasarkan Tabel 1, grafik perbandingan tersaji dalam Gambar 1.



Gambar 1 Grafik Perbandingan Usaha Mikro Kecil Prioritas di Kabupaten Sukoharjo

Selanjutnya setelah memperoleh hasil dari AHP, langkah berikutnya menganalisis dengan SWOT dan QSPM maka dilakukan iden-tifikasi faktor internal dan faktor eksternal pada usaha mikro kecil prioritas yaitu usaha mikro kecil jamu di Kabupaten Sukoharjo.

5. Gambaran Usaha Mikro Kecil Jamu di Kabupaten Sukoharjo

Pada tahun 1965 Kabupaten Sukoharjo khususnya Kecamatan Nguter dikenal dengan Kampung Jamu. Hal yang menarik yaitu banyak penduduk yang berdagang jamu gendong di kota besar di Indonesia. Di Kecamatan Nguter mempunyai wadah yang bernama KOJAI, yaitu merupakan organisasi yang beranggotakan pelaku jamu baik pedagang bahan baku jamu, pedagang produksi jamu dan pedagang pemasar. Saat ini sudah ada 75 orang yang tergabung dalam KOJAI. Kegiatan KOJAI adalah menghimpun pelaku usaha jamu untuk melakukan pen-dampingan, pembimbingan dan pengarahan terkait dengan usaha jamu yang dilakukan.

Kawasan jamu di Kecamatan Nguter diharapkan mampu mendorong kemajuan produksi jamu dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Sukoharjo. Produk jamu yang dihasilkan yaitu serbuk, sirup, dan kapsul yang dijual di toko sedangkan untuk jamu gendong dilakukan dengan cara berkeliling. Proses pembuatan jamu masih sederhana.

Usaha jamu di Kabupaten Sukoharjo diklasifikasikan menjadi skala menengah-besar dan mikro kecil. Karakteristik pelaku usaha jamu di Kecamatan Nguter terbagi menjadi 2 yaitu pengolah dan pemasar. Usaha jamu diklasifikasi

menjadi kelas menengah dan kelas mikro kecil. Pemasar terdiri dari pedagang jamu yang berada di pasar Nguter dan pedagang jamu gendong yang dilakukan dengan cara berkeliling.

Kategori usaha jamu menengah yaitu mempunyai tenaga kerja relatif banyak, pekerja sesuai dengan keahliannya, fasilitas yang mendukung, produk yang dihasilkan banyak. Sedangkan jamu usaha mikro kecil mempunyai ciri tenaga kerja yang sedikit, cara pengerjaan yang masih manual, produk yang dihasilkan terbatas.

1) SWOT

SWOT yaitu suatu alat untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi. Analisis ini didasarkan pada logika untuk memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Dengan demikian rencana strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

2) Matrik SWOT

Perumusan strategi didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap pengaruh faktor lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Lingkungan eksternal perusahaan setiap saat berubah dengan cepat sehingga melahirkan berbagai peluang dan ancaman.

Niode (2008) menambahkan dalam rangka pengembangan sektor industri ini diperlukan beberapa langkah yaitu 1) penentuan prioritas daerah atau wilayah dan komoditas yang harus dikembangkan, dibina dan dijadikan berbagai basis kegiatan ekonomi percontohan, 2) perlunya ditentukan dan direncanakan secara rinci sejak mulai menghasilkan, menentukan penggunaan hasil sampai pemasarannya. Serta pentingnya penyediaan informasi tentang potensi daerah dan macam komoditas yang fisibel dikembangkan.

Sedangkan untuk langkah spesifik, strategi pengembangan dapat disederhanakan dalam satu kalimat yaitu pentingnya menyusun suatu strategi pengembangan antara kegiatan

Tabel 3 Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal UKM Jamu

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Kekuatan:	Peluang:
Bahan baku mudah didapat	Perluasan pasar
Pangsa pasar luas	Gaya hidup sehat
Mitra dengan pemasok	Loyalitas konsumen
Adanya KOJAI	Promosi (pameran ukm)
Penerapan CPOTB	Inovasi produk
Daya tahan produk	Dukungan pemerintah daerah
Kelemahan :	Ancaman
Manajemen tidak terstruktur	Ketersediaan bahan baku
Keterbatasan pengembangan produk	Perubahan Teknologi
Kesulitan ijin ekspor	Harga bahan baku fluktuatif
Tidak semua UKM berijin	Persaingan tinggi
Diproduksi secara manual	

Sumber : analisis data primer, 2018

produksi dengan pemasarannya serta berbagai faktor-faktor pendukung lainnya. Strategi pemasaran yang dipilih harus dapat memberikan arah pada elemen-elemen pemasaran. Ada 4 elemen penting dalam strategi pemasaran dan promosi yang perlu diperhatikan yaitu: 1) Tampilan produk yang menarik, 2) Kemasan produk yang aman menarik, 3) memilih metode pemasaran, 4) Sikap wirausaha terhadap konsumen (Wening Sri, 2013).

Perumusan strategi pengembangan di Kabupaten Sukoharjo dibentuk melalui matriks SWOT dan pendapat responden terkait kebutuhan pengembangan yang diharapkan. Perumusan strategi pengembangan di Kabupaten Sukoharjo dibentuk melalui matriks SWOT dan pendapat responden terkait kebutuhan pengembangan yang diharapkan. Berdasarkan analisis matrik SWOT dapat disimpulkan, maka diperoleh strategi intensif yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk.

a. Penetrasi pasar

Penetrasi pasar berfokus pada penjualan produk-produk yang telah ada sebelumnya dengan tujuan mempertahankan/ meningkatkan pangsa pasar. Strategi ini dapat dicapai oleh kombinasi strategi harga yang kompetitif, iklan promosi penjualan dan sumber daya manusia yang didedikasikan untuk menjual. Saat ini UKM jamu di Kabupaten Sukoharjo telah melakukan strategi baik melalui iklan, pameran.

b. Pengembangan pasar

Pengembangan pasar merupakan strategi pertumbuhan yang bertujuan untuk menjual produk yang telah ada di pasar yang baru. Pada UKM jamu di Kabupaten Sukoharjo

telah melakukan pengembangan pasar melalui perubahan kemasan produk, penyaluran SDM keluar daerah, membuat saluran distribusi yang baru. Namun untuk target ekspor masih terkendala pada ijin ekspor, sehingga diperlukan kebijakan pemerintah terkait dengan ijin ekspor produk jamu.

c. Pengembangan produk

Pengembangan produk bertujuan untuk memperkenalkan produk ke pasar yang telah ada. Pengembangan produk jamu menjadi kendala bagi UKM jamu, karena sulitnya untuk menemukan resep baru dan cara menginovasi produk jamu. Pelatihan yang diberikan hanya sebatas di produksi, pemasaran serta SDM.

3) QSPM

Dari beberapa alternatif strategi perlu dilakukan penilaian atau evaluasi untuk memutuskan prioritas strategi yang dapat dilaksanakan. Hasil dari beberapa strategi yang terbaik yang dapat diterapkan dimasukkan dalam QSPM. Skor tertinggi menunjukkan bahwa alternatif strategi tersebut penting sebagai prioritas utama.

Tabel 4 QSPM

Alternatif Strategi Terpilih		
Penetrasi Pasar	Pengembangan Pasar	Pengembangan Produk
5,22	5,22	5,33

Sumber: Analisis data primer

Dari Tabel 4, matriks QSPM menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk (5,33) merupakan strategi yang dipilih oleh responden. Pada usaha mikro kecil penting mengembangkan produk baru untuk mempertahankan tingkat pertumbuhan dan keunggulan usaha mikro kecil

dan mengganti produk lama. Hal ini diperlukan sebagai salah satu cara salah satu strategi untuk memperpanjang daur hidup produk (*life cycle product*) sehingga produk tidak mengalami tahap *decline*.

Pengembangan produk adalah suatu proses penemuan ide untuk barang dan jasa termasuk merubah, menambah atau merumuskan kembali sebagian dari sifatsifat pokok yang sudah ada dalam segi corak, merek dan kuantitas. Pengembangan produk dilaksanakan dengan tujuan untuk melayani pasar yang telah ada sekarang dengan lebih meningkatkan penjualan, memenuhi usaha menemukan barang baru yang lebih baik, serta melaksanakan aktivitas-aktivitas dari teknik penelitian, perekayasaan dan perancangan produk (Rini, 2013).

Selama ini usaha mikro kecil jamu di Kabupaten Sukoharjo, selalu berusaha untuk mengembangkan produk-produk jamu yang baru. Tetapi adanya faktor penghambat dari faktor internal dan eksternal sehingga pengembangan usaha kecil mikro jamu menjadi terhambat seperti sarana prasana, fasilitas pendukung dan penemuan resep baru untuk jamu. Oleh karena perlu perhatian dari pemerintah untuk mendukung usaha mikro kecil dalam mengembangkan produk baru. Usaha mikro kecil jamu saat ini mengalami kendala dalam mengembangkan produk baru, diantaranya yaitu fasilitas untuk mengembangkan produk jamu, penemuan resep baru/formulasi terbaik untuk jamu, serta sumber daya manusia. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan dan perhatian dari pemerintah serta stekholder untuk mendukung pengembangan produk usaha mikro kecil jamu di Kabupaten Sukoharjo

Secara keseluruhan, untuk menciptakan produk baru yang berhasil, perusahaan harus memahami pelanggannya, pasar, dan pesaing serta mengembangkan produk yang memberikan nilai yang unggul bagi pelanggan. Perusahaan harus mempunyai rencana produk baru yang kuat dan mempersiapkan proses pengembangan produk baru yang sistematis untuk menemukan dan mengembangkan produk-produk baru (Rini, 2013)

Oleh karena itu, usaha mikro harus selalu mengikuti perkembangan selera konsumen ataupun keluhan-keluhan dari pelanggan. Selain itu, usaha mikro kecil harus piawai dalam menginovasi dalam mengembangkan dan mengelola produk baru. Tidak mudah bagi usaha mikro kecil dalam mengembangkan, mengingat rata-rata dari usaha mikro kecil jamu di Kabupaten Sukoharjo pada proses pengerjaannya hampir seluruhnya dikerjakan secara manual dan sederhana.

Seperti yang diungkapkan oleh Kotler dan Armstrong (2008), karakteristik dalam pengembangan produk yaitu: 1) keunggulan relatif, 2) kompatibilitas, 3) kompleksitas, 4) divibilitas, 5) komunikabilitas, pada UKM jamu karakteristik tersebut telah ada, hanya karena beberapa dari faktor internal dan eksternal kurang mendukung sehingga dalam pengembangan produk sangat lambat.

Menurut Rini (2009), penciptaan ide merupakan salah satu cara dalam mengembangkan produk baru. Banyak ide produk baru berasal dari sumber internal. Perusahaan mengadakan riset dan pengembangan resmi, memilih ide dari karyawan mereka, dan mengadakan tukar

pikiran dalam rapat eksekutif. Ide lain datang dari sumber eksternal. Dengan mengadakan survei dan kelompok fokus serta menganalisis pertanyaan dan keluhan pelanggan, perusahaan dapat menghasilkan ide produk baru yang akan memenuhi kebutuhan spesifik konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh UKM yang diprioritaskan untuk dikembangkan di Kabupaten Sukoharjo yaitu UKM jamu. Hasil identifikasi pada UKM Jamu alternatif strategi yaitu: penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Berdasarkan kondisi UKM saat ini, strategi pengembangan produk menjadi strategi pilihan UKM Jamu.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia. 2015. *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. [Http://www.bi.go.id](http://www.bi.go.id). Diakses tanggal 21 April 2017.
- Rini, Endang Sulistyaa. 2013. *Peran Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan*. Jurnal Ekonom, Vol 16, No 1, Januari 2013 Fakultas Ekonomi USU.
- Samuel Taru, Nikodemus, Nanik Dara Senjawati dan Vini Arumsari. 2017. *Analisis Usaha Kerajinan Bambu Skala Rumah Tangga di Kelurahan Malumbi Kecamatan Kambera Kabupaten Sumba Timur*. Jurnal Agric 29 (1) : 55-68.

- Setyanto, Alief Rakhman, Bhimo Rizky Samodra, Yogi Pasca Pratama. 2015. *Kajian Strategi Pemberdayaan UMKM Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Kawasan ASEAN*. Etikonomi 14 (2): 205-220.

- Tedjasuksmana, Budianto. 2014. *Potret UMKM Indonesia Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015*. Disampaikan pada Colloquim "The 7th NCFB and Doctoral Colloquium 2014", Business and Economic Transformation Towards AEC 2015. Fakultas Bisnis dan Pascasarjana UKWMS.

- Wening, Sri, Enny Zuhni Khayati dan Sri Emy Yuli Suprihatin. 2013. *Pengembangan Produk dan Strategi Pemasaran Busana Batik Bantul Dengan Stilasi Motif Ethno Modern*. Jurnal Penelitian Humaniora. 18 (1) : 70-81

- Wuryandani, Dewi dan Hilma, Meilani. 2013. *Peranan Kebijakan Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik, 4 (1).

- Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Ed. Ke-13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
